

# 2022年7月期 第1四半期 決算補足説明資料

2021.12.3



2929

## 【免責事項】

本資料に記載されている予測、見通し、戦略およびその他歴史的事実ではないものは、当グループが資料作成時点で入手可能な情報を基としており、その情報の正確性を保証するものではありません。

これらは経済環境、経営環境の変動などにより、予想と大きく異なる可能性があります。



# 2022年7月期 第1四半期 業績ハイライト

## ポイント

## 連結業績

収益性が高まり、前年同期比30億円の営業利益増加で  
第1四半期から黒字化

## 機能性素材事業

「素材」から「最終商品」へ、「B to B」から「B to C」へ  
の取組みを強化中

## 通信販売事業

四半期として過去最高額の広告宣伝を実施  
広告宣伝を既存商品、新商品にバランスよく投下

## バイオメディカル事業

次世代抗体医薬品候補となり得る  
リード抗体の作製を開始

## 連結売上高

(百万円)

	2021年 7月期1Q	2022年 7月期1Q	増減
機能性素材事業	460	<b>504</b>	9.6%増
通信販売事業	7,922	<b>12,091</b>	52.6%増
バイオメディカル事業	4	<b>9</b>	129.9%増
合計	8,387	<b>12,606</b> ※	50.3%増

※明治薬品(株)の連結PLへの取込は第2四半期から開始予定

## セグメント利益

(百万円)

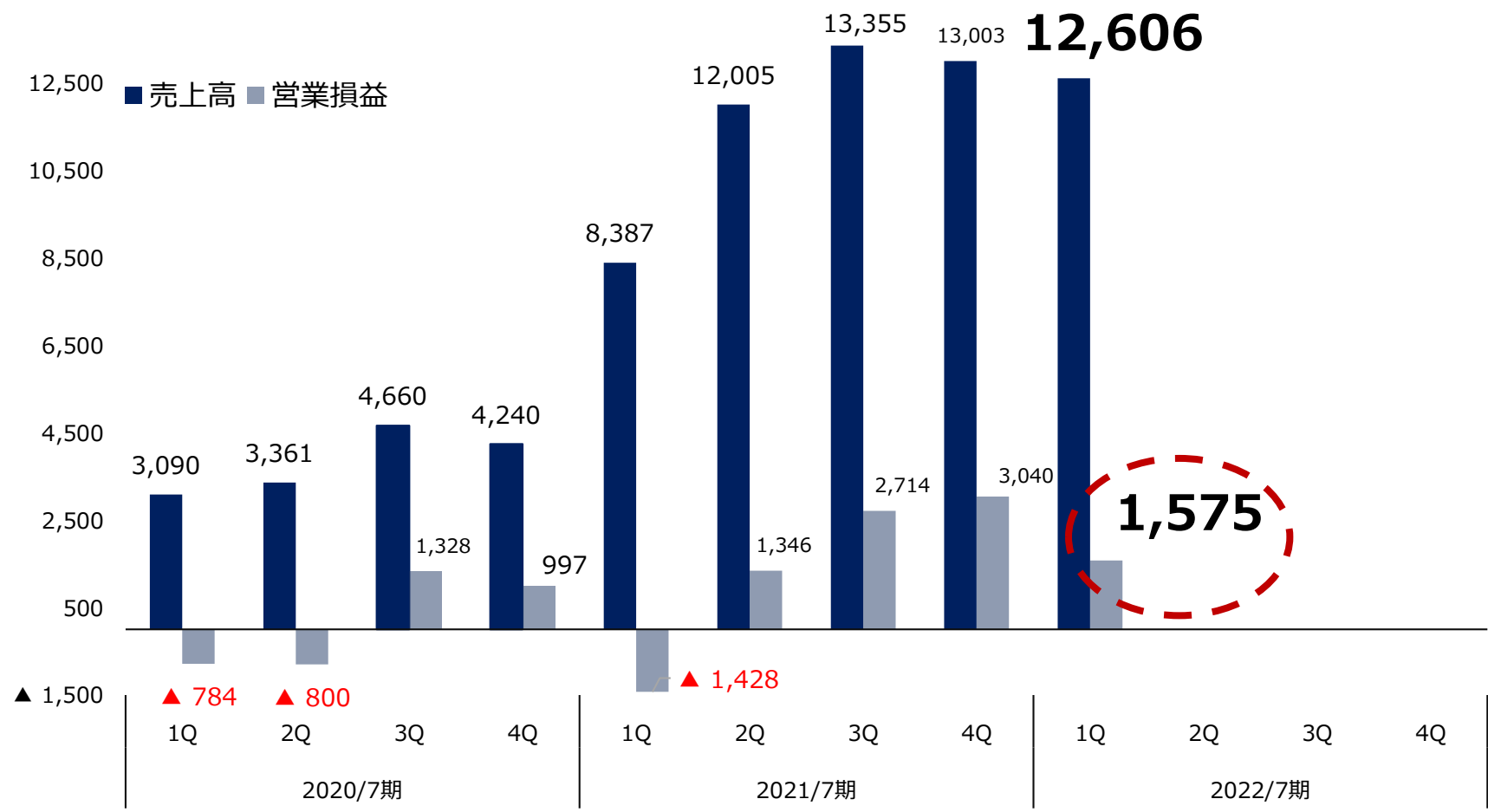
	2021年 7月期1Q	2022年 7月期1Q	増減
機能性素材事業	106	3	96.6%減 ※
通信販売事業	▲1,339	<b>1,818</b>	+3,157
バイオメディカル事業	▲44	<b>▲66</b>	▲21
合計	▲1,277	<b>1,575</b>	+3,003

全社費用等180百万円控除後

※越境 E Cでの販売体制を構築中。越境 E Cの広告宣伝費及び販売促進費は41百万を投下

# 連結四半期業績推移

(百万円)



収益性が高まり、前年同期比30億円の営業利益増加で  
第1四半期から黒字化



# 機能性素材事業

## アイテム別売上

(百万円)

	2020/7期					2021/7期					2022/7期				
	1Q	2Q	3Q	4Q	合計	1Q	2Q	3Q	4Q	合計	1Q	2Q	3Q	4Q	合計
ファーマギバ	279	295	385	275	1,235	208	369	331	439	1,348	152				
ボーンペップ	32	59	127	52	271	37	54	69	86	248	47				
葉酸たまご	17	16	18	17	69	10	14	12	10	48	15				
ランペップ	9	18	14	41	84	4	6	22	25	59	5				
セレプロン	1	8	33	56	100	6	19	12	83	121	2				
HGP	4	0	4	6	15	3	1	1	43	50	5				
カテキン	1	2	3	3	10	3	10	14	10	39	4				
鶏卵抗体	2	2	3	2	10	5	2	2	2	13	2				
iHA	2	8	3	7	22	3	4	0	4	12	0				
越境EC	0	0	0	0	0	0	0	0	3	3	23				
その他素材	62	44	53	39	200	51	34	33	48	167	16				
OEM	81	52	244	174	553	126	179	267	166	739	228				
合計	495	511	891	676	2,575	460	698	769	924	2,852	504				



## 機能性表示食品受理件数

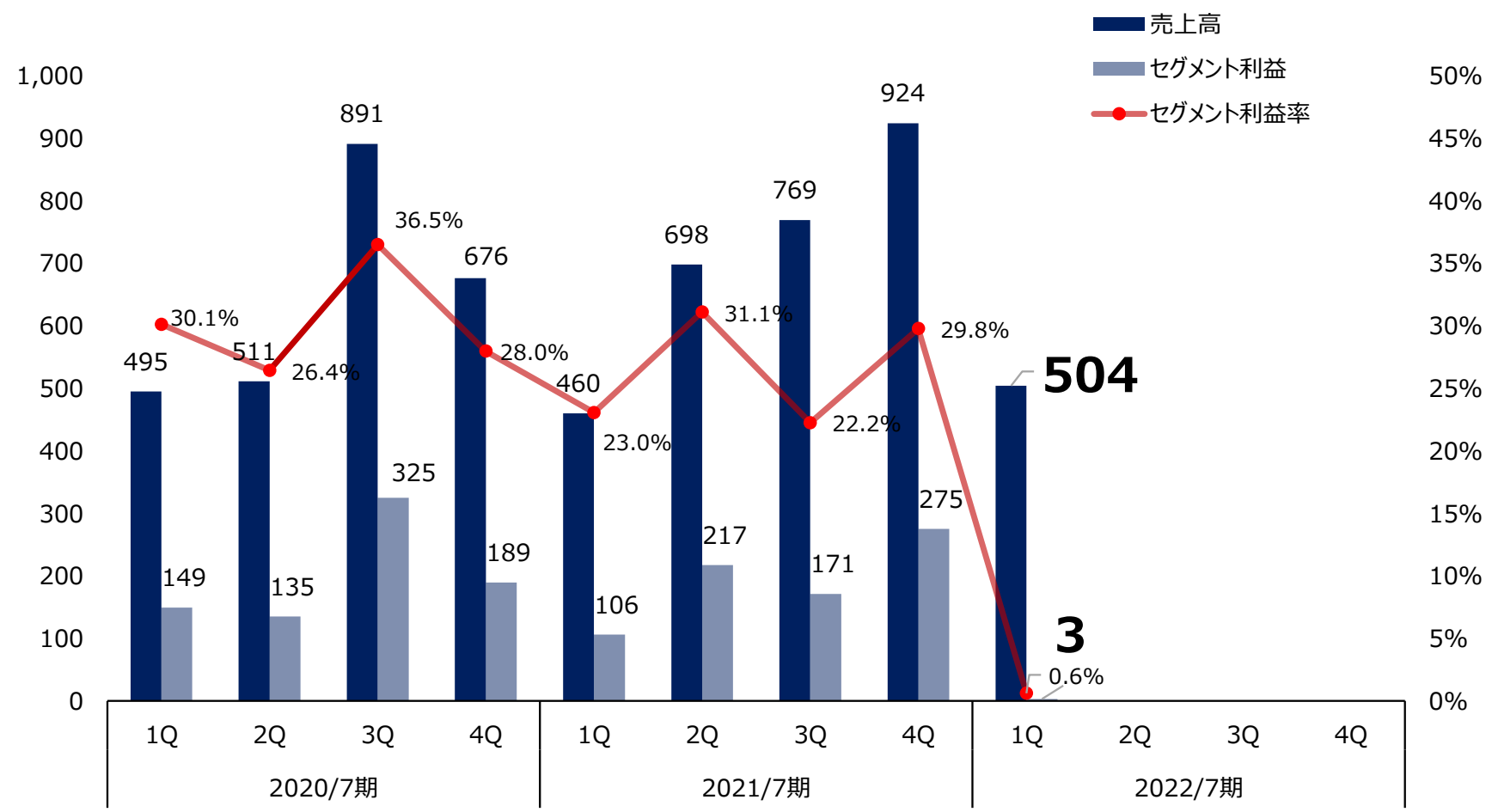
(件)

順位	機能性関与成分	受理数
1	<b>GABA</b>	<b>568</b>
2	難消化性デキストリン	403
3	DHA・EPA	253
4	ルテイン・ゼアキサンチン	202
5	イチョウ葉 (フラボノイド配糖体、テルペンラクトン)	154
6	ブラックジンジャー由来ポリメトキシフラボン	139
7	ビフィズス菌	136
8	葛の花由来イソフラボン	124
9	L-テアニン	119
10	アスタキサンチン	105

2021.10月末現在 当社調べ

# 四半期業績推移

(百万円)



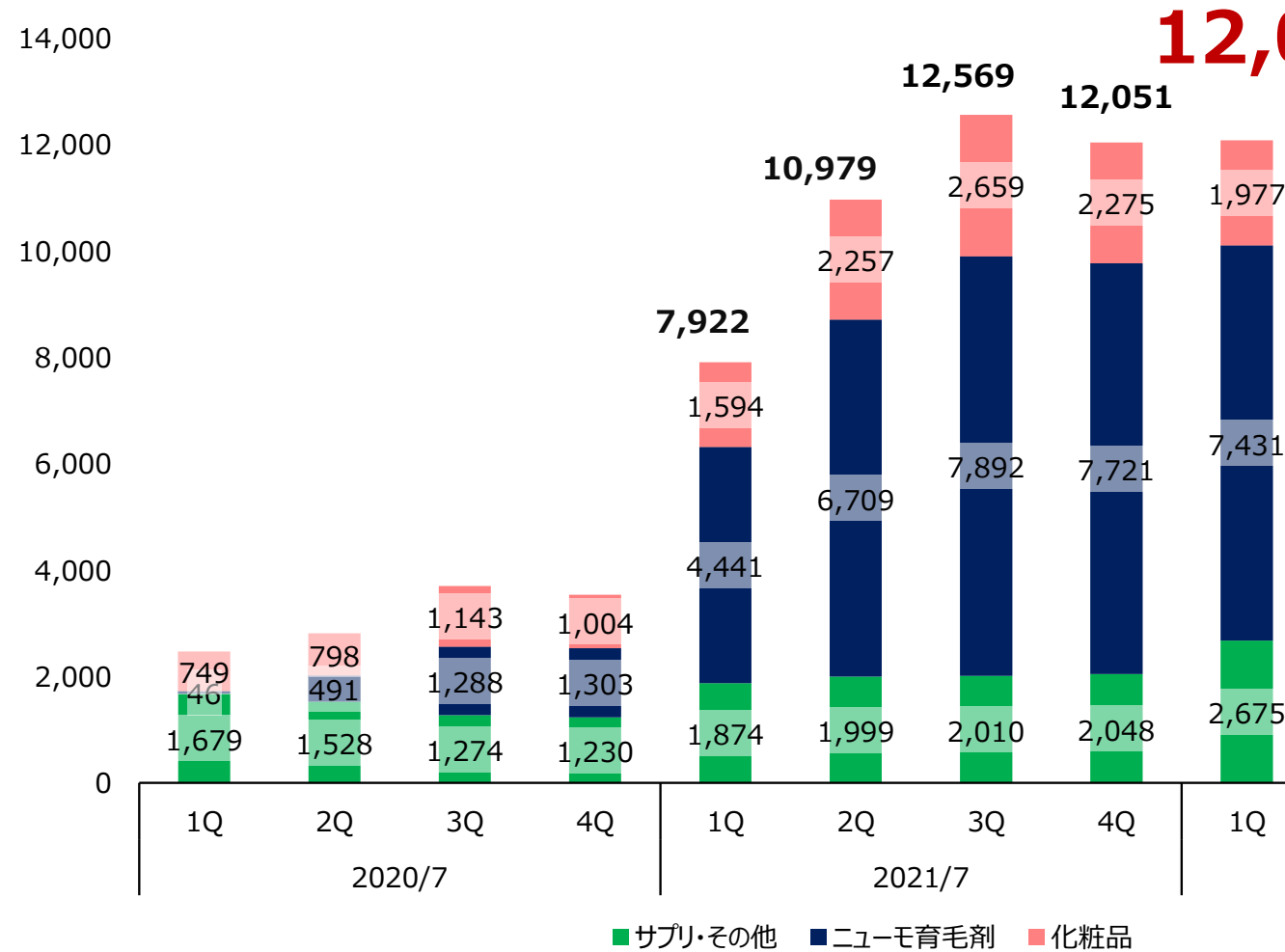
**越境 E C の広告宣伝費及び販売促進費は41百万を投下、販売体制を構築中**



# 通信販売事業

# アイテム別売上高

(百万円)



12,091

主な製品の売上推移

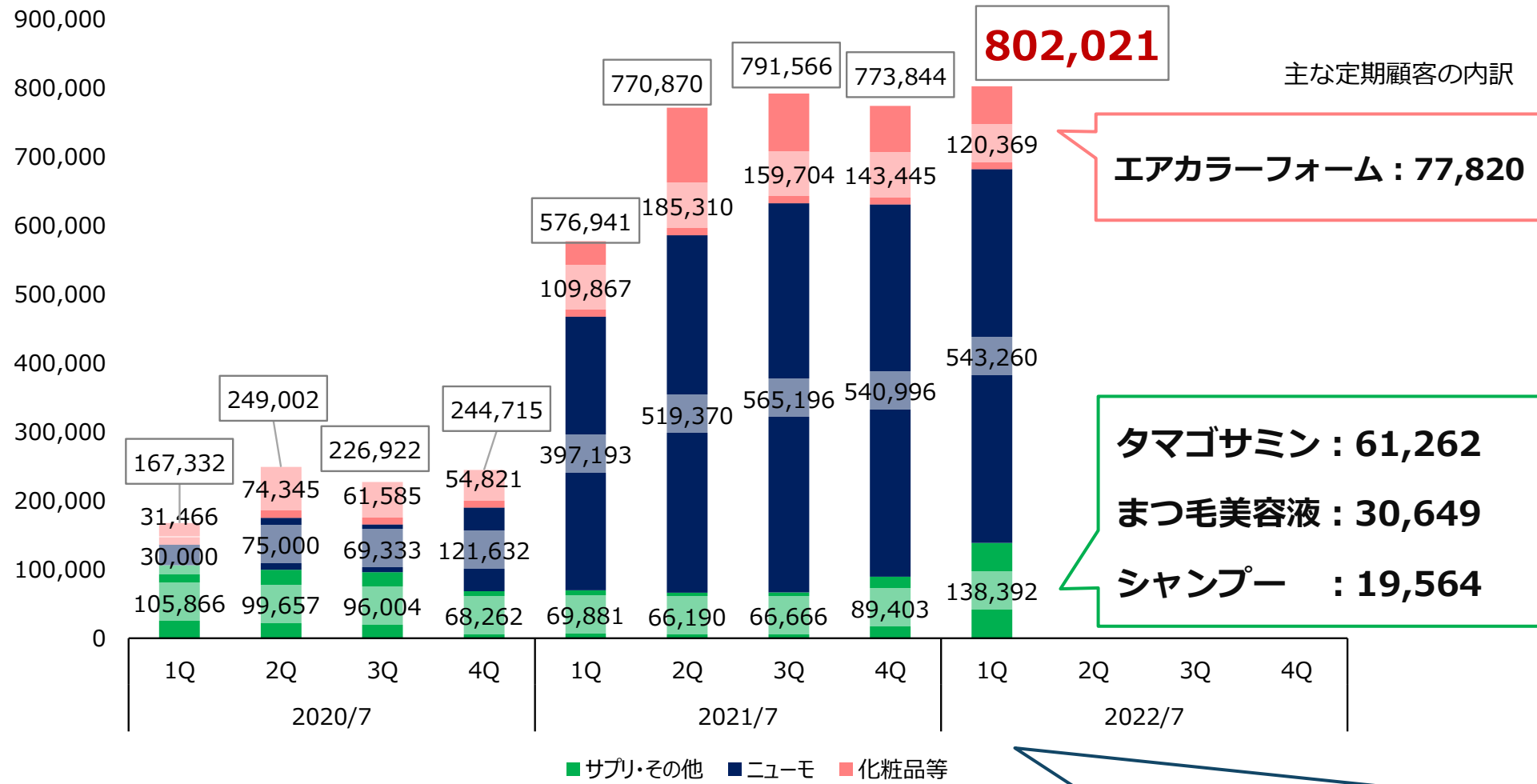
	前期				当期
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
エアカラー フォーム	690	591	746	1,143	<b>893</b>
珠肌 のうみつ	343	518	563	411	<b>357</b>

	前期				当期
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
ニューモサプリ	758	1,060	1,093	893	<b>806</b>
タマゴサミン	795	751	774	740	<b>720</b>
シャンプー					<b>211</b>
まつ毛美容液					<b>74</b>
ロートV5粒 アクトビジョン					<b>194</b>

**シャンプー、アイケアサプリは堅調な立ち上がり**  
**まつ毛美容液は、初回生産分完売。12月下旬より出荷再開予定**

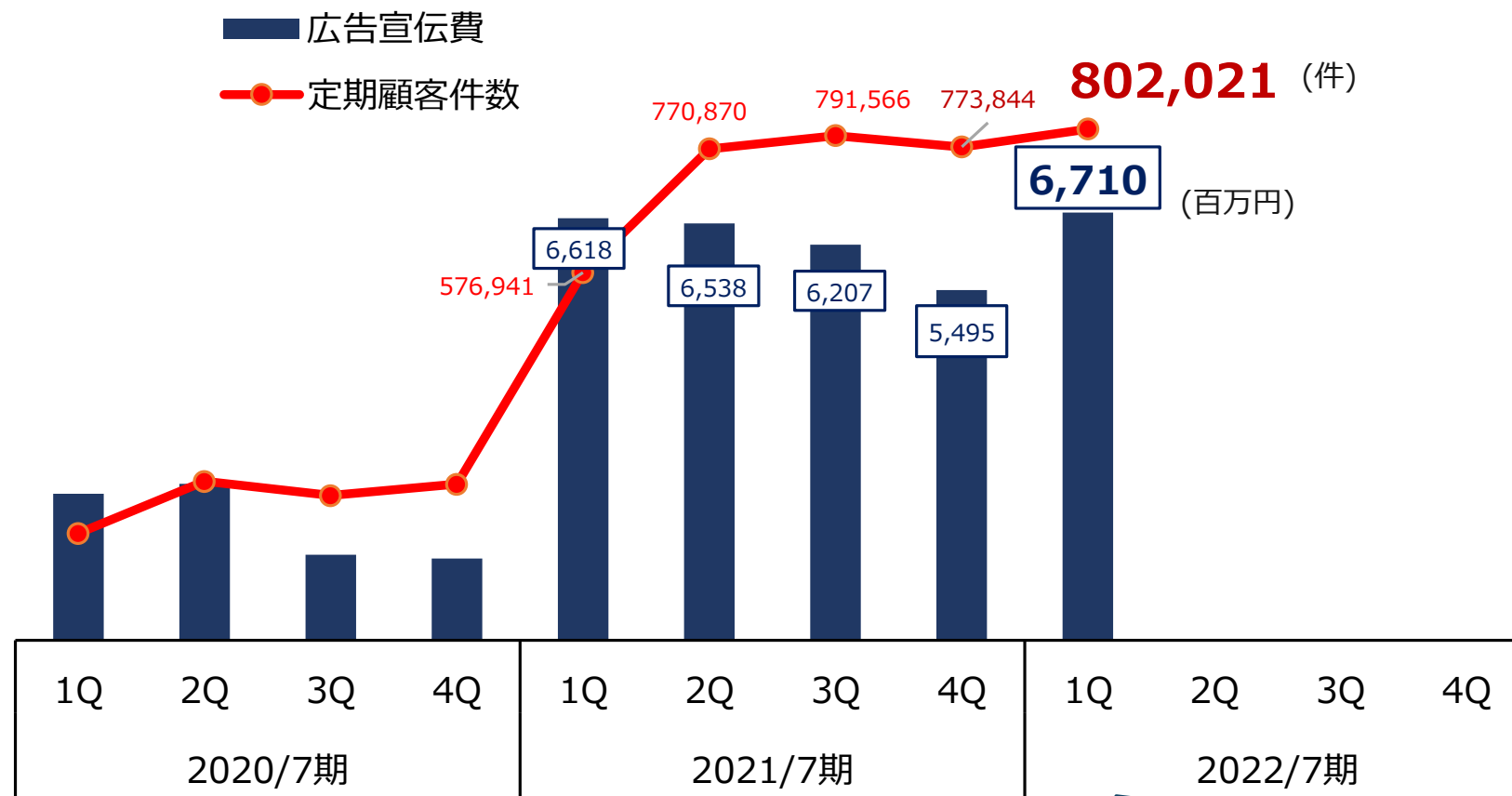
# 定期顧客件数

(件)



**ニューモ育毛剤は堅調を維持**  
**新商品への広告を強化中。シャンプーはクロスセル中心の取り組み**

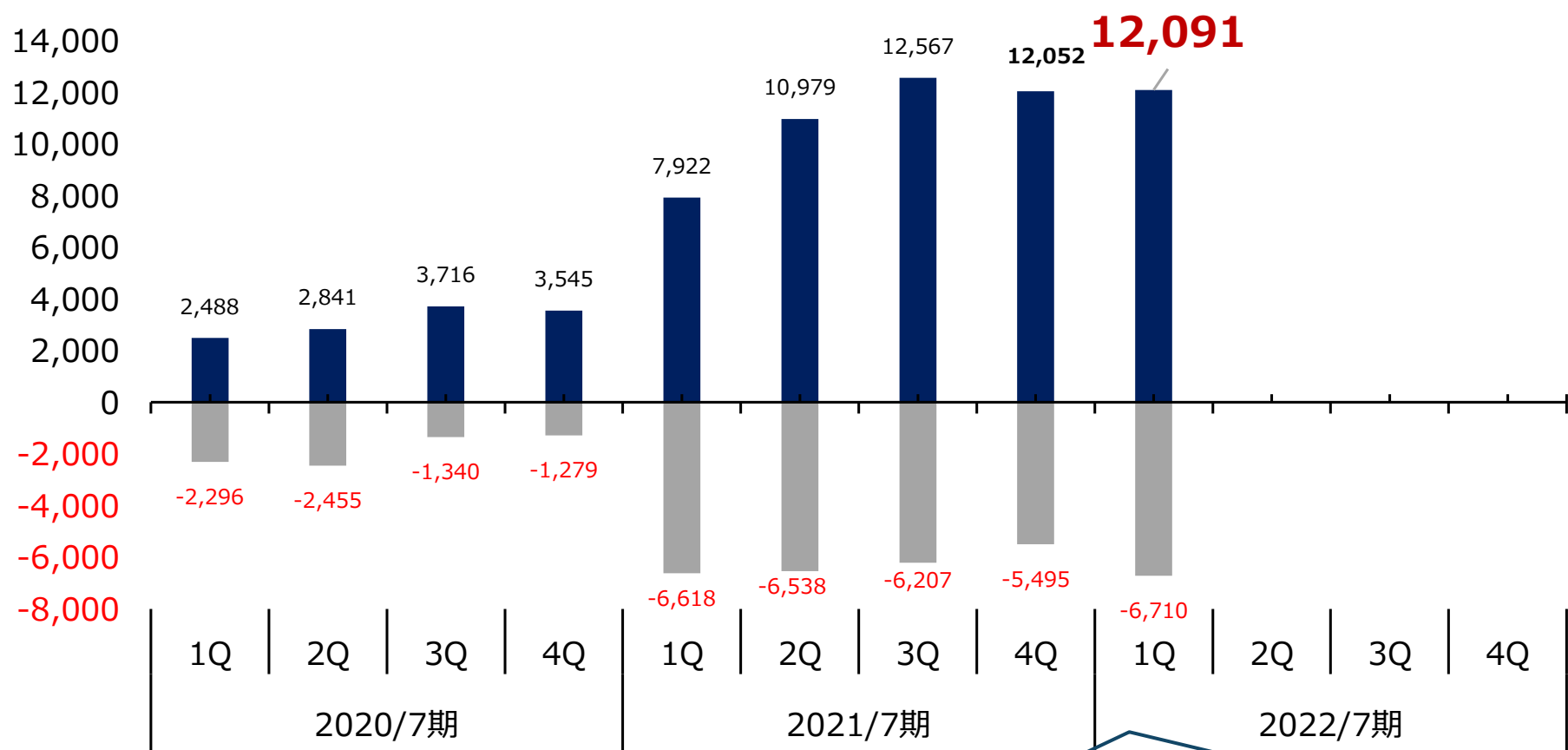
# 広告宣伝費と定期顧客件数



四半期として過去最高額の広告宣伝を実施  
 ニューモ育毛剤（45%）と新商品等にバランスよく投下

# 広告宣伝費と売上高

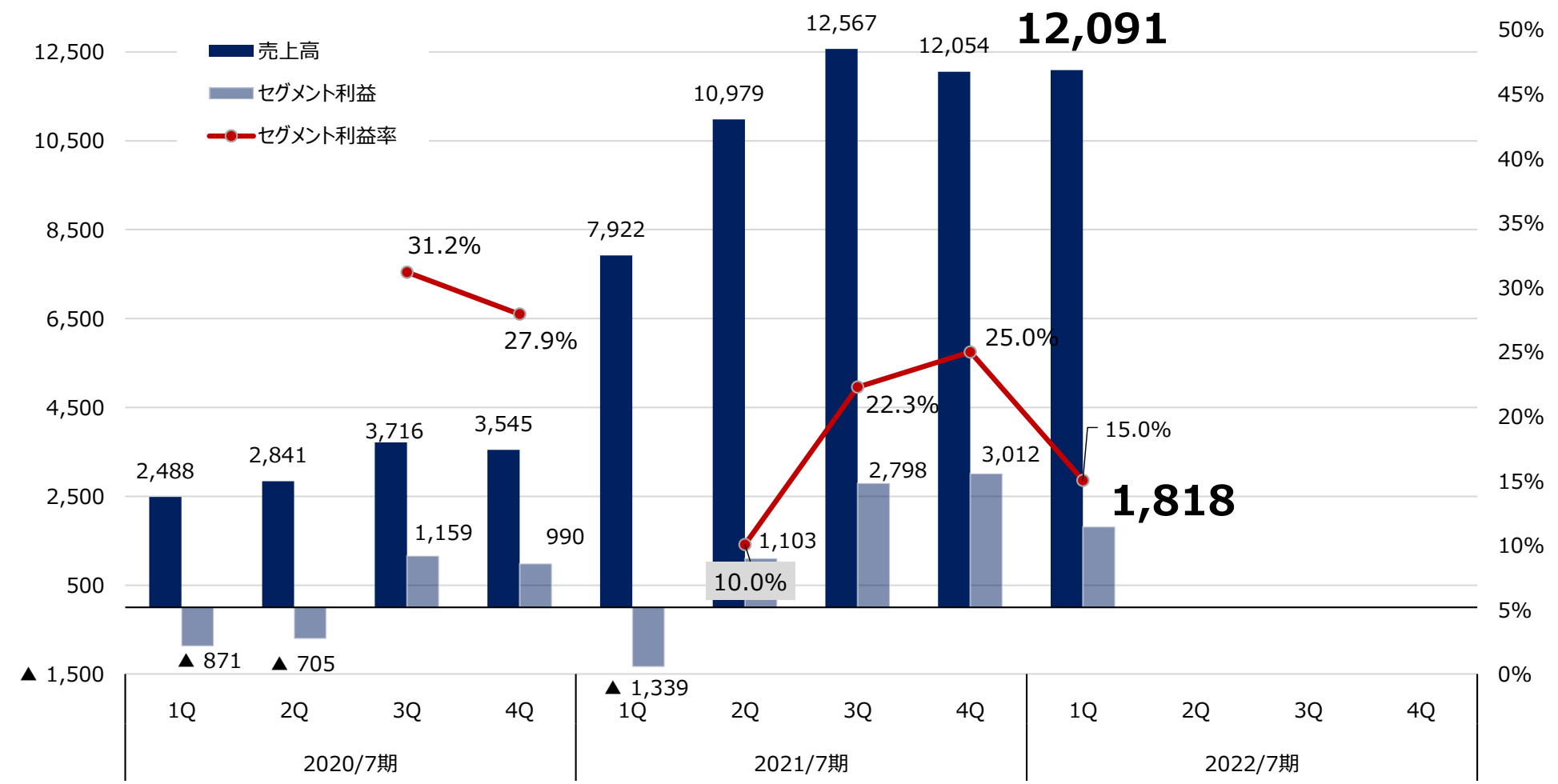
(百万円)



定期顧客のリピート購入が収益基盤となり  
 新商品の広告宣伝も継続的に行える体制に変化


# 四半期業績推移

(百万円)



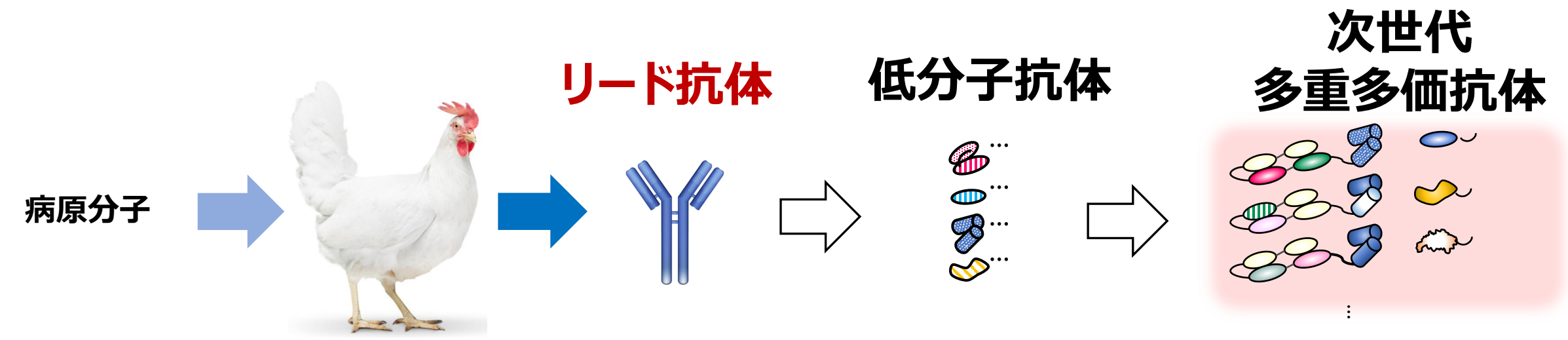
**収益性が高まり、第1四半期より黒字化する構造に変化  
 広告宣伝実施タイミングの自由度が高まる**





# バイオメディカル事業

# 次世代抗体医薬品のリード抗体の作製を開始



国立研究開発法人日本医療研究開発機構（AMED）選定事業

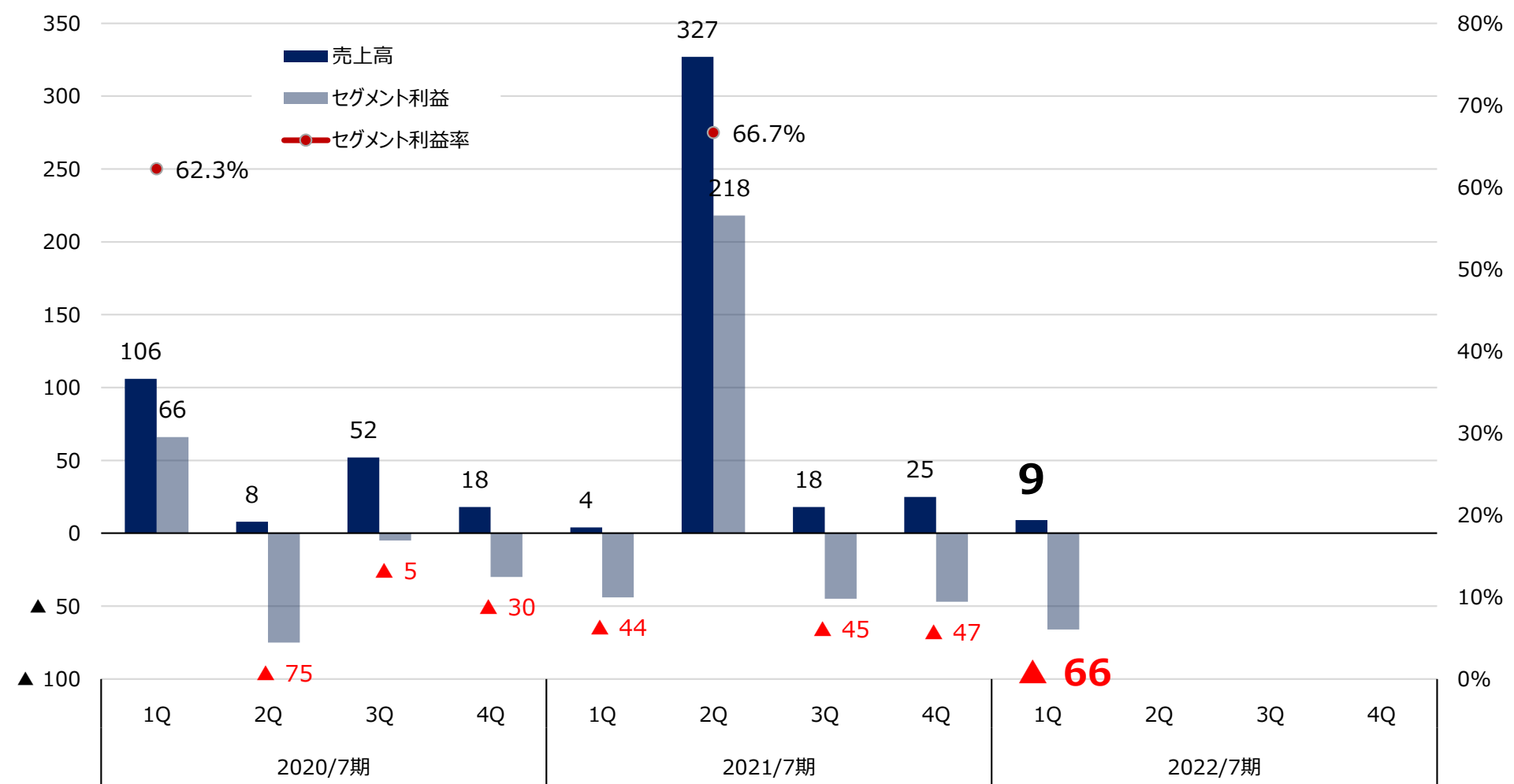



高機能な次世代抗体を‘迅速に’創出・生産する  
「ロボティクス×デジタル」を基盤とした革新技術  
開発（2021年7月～2026年3月）

あらゆる疾患を標的とした次世代抗体医薬品の製造技術開発

# 四半期業績推移

(百万円)





# 2022年7月期連結業績予想 について

## 業績予想値から変更なし

	第1四半期 (累計) 実績	第2四半期 (累計) 予想	2022年 7月期予想
売上高	12,606	27,850	60,631
営業利益	1,575	1,108	5,773
経常利益	1,617	1,119	5,788
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,231	535	4,021

利益の進捗ペースが予想を上回る可能性を有しているものの  
新規事業及び広告宣伝への積極投資を考慮し、現時点においては据え置き。



# TOPICS

# 独身の日（W11）に初参加



Tモール



ライブコマース

- 11月は過去最高の訪問者数を記録
- 今期の累計販売本数が1万本到達
- 年間目標5万本に向けて順調なスタート

中国市場へのシャンプーの投入、卸売チャネルの開拓など追加の取組みを実施していく



# まつ毛美容液「読者が選ぶネーミング大賞」にノミネート



## 第32回 読者が選ぶネーミング大賞 (日刊工業新聞)

投票期間：2021年12月3日～  
2022年1月中旬(予定)

結果発表：2022年3月3日付けの  
日刊工業新聞紙面、WEBサイト (予定)

<https://corp.nikkan.co.jp/p/honoring/naming/taishou>



# クレイジー3社連合

日経バイオテクオンライン 2021.12.3

## ロート製薬と三洋化成、資本業務提携でヘルスケア事業拡大へ

ファーマフーズがきっかけ、「京都が縁のクレイジー3社連合」



<https://bio.nikkeibp.co.jp/atcl/news/p1/21/12/02/08905/>



# Appendix

免疫

老化

神経

## B to B 事業

機能性素材事業

PharmaGABA<sup>®</sup>

## B to C 事業

発明企業の通販事業

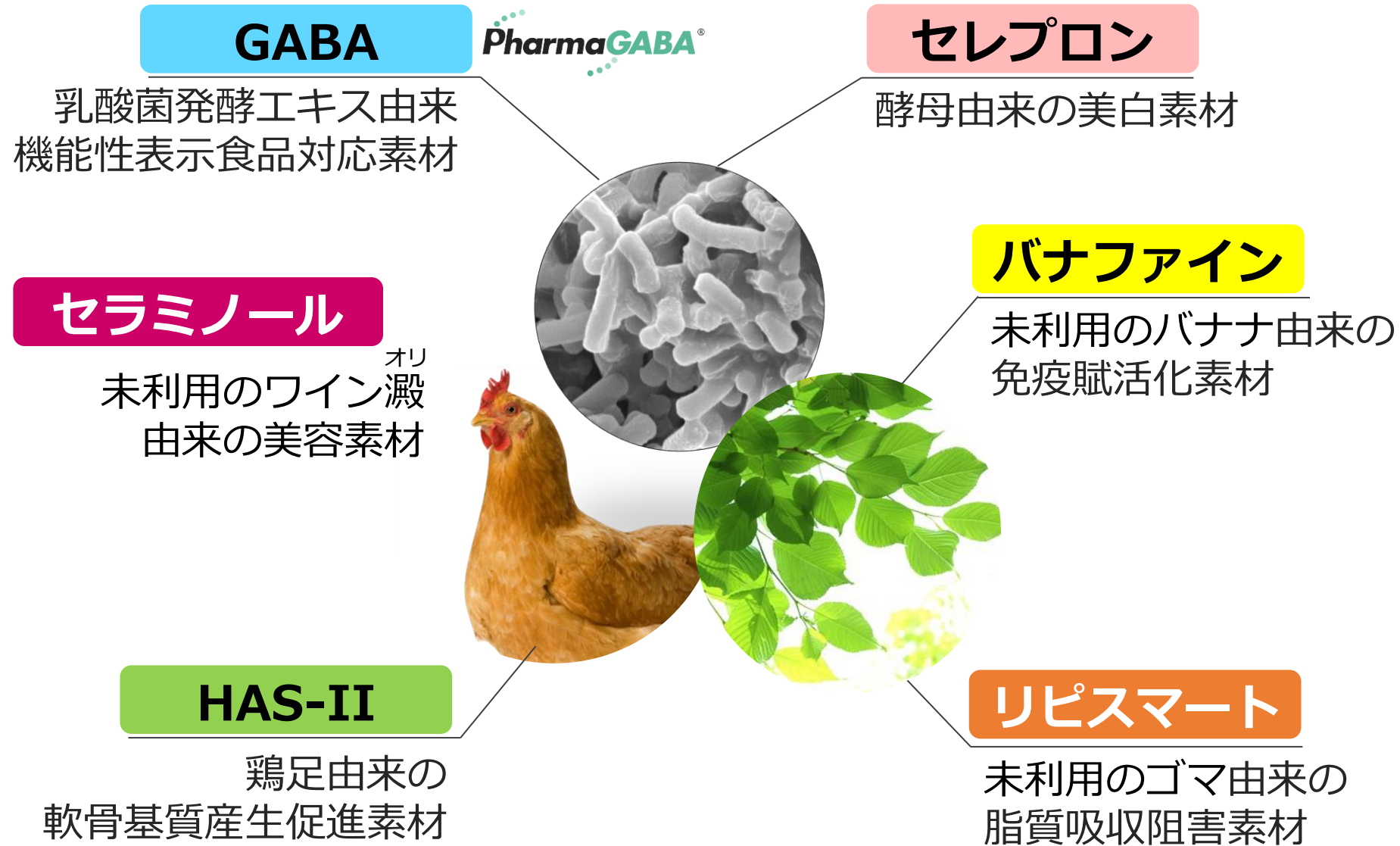
タマゴ基地<sup>®</sup>  
TAMAGOKICHI

## 創薬事業

Drug Discovery事業

ALAgene<sup>®</sup>

# “天然由来”の原料から機能性素材を探索



# “タマゴ”から食品・化粧品の機能性素材を探索



## iHA (アイハ)

軟骨増殖

## ボーンペップ

骨形成促進



## HGP

育毛促進

## ランペップ

血流改善



## 葉酸たまご

核酸の合成



## ランシエル

未利用の卵殻膜由来の  
肌改善美容素材





# “発明企業の通販事業”として、健康食品・化粧品・医薬品等を販売



健康食品



化粧品



医薬品・医薬部外品



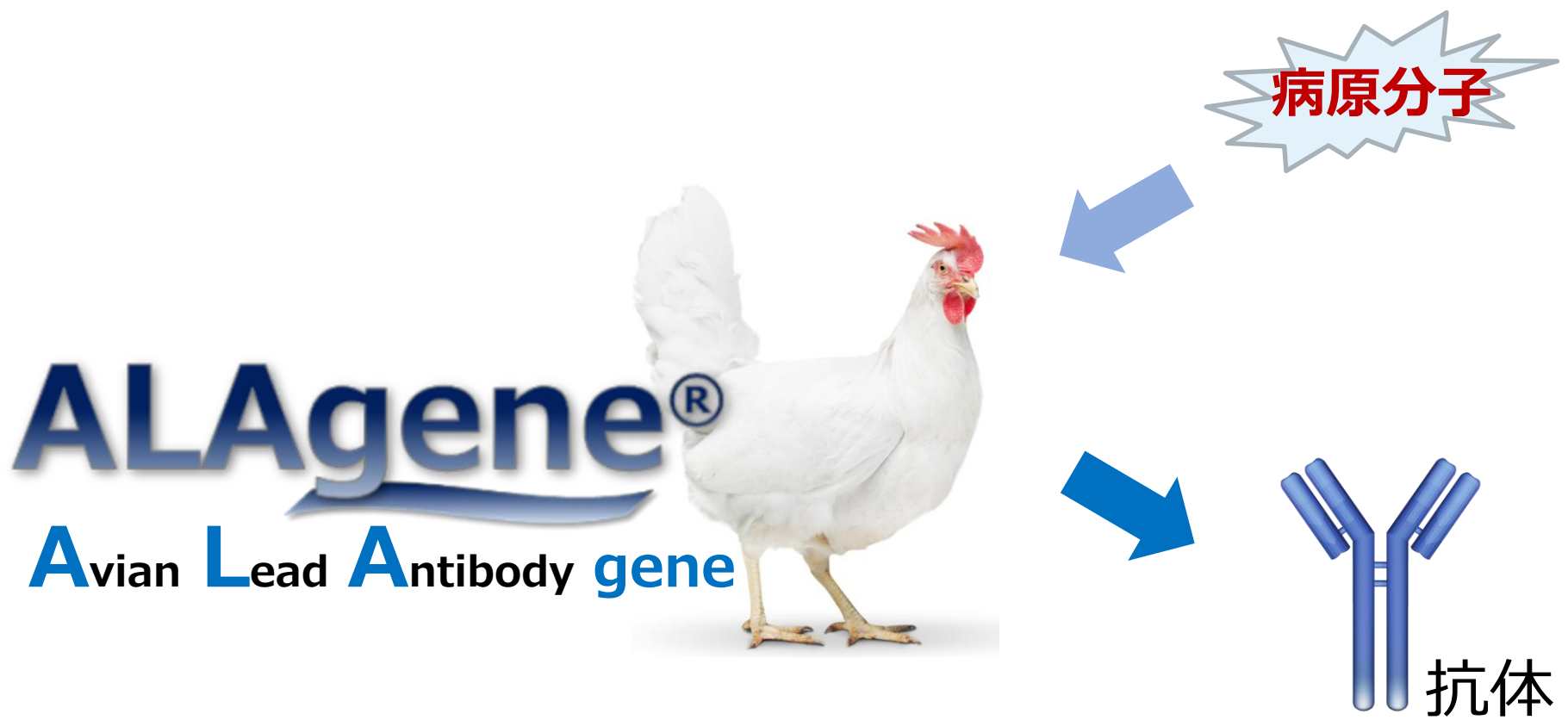
# 通信販売事業の収益構造

広告宣伝費は、顧客獲得時に計上するものの、売上高は定期コース継続中にわたって計上し、**売上高と広告宣伝費の発生時期が異なる構造**

収益構造のイメージ



# “ニワトリ”から抗体医薬品を作る



1  
作製困難抗体

2  
高結合力

3  
ヒト化抗体



# ビジネスモデル

当社の特許を製薬企業へ実施許諾することにより、ライセンス収入を得る

